媒介融合时代视频产品的版权开发与保护

摘 要：媒介融合使得传统的传播格局不断被打破，视频产品的版权价值逐渐在竞争中凸显出来，甚至可以说，版权价值决定了其在传播领域中的市场地位，开发和保护视频版权，将成为媒介融合时代视频产业发展和市场竞争中的有力武器，同时也给视频版权开发和知识产权保护带来了严峻的挑战。本文拟通过对目前我国视频产业现状的梳理，对视频产品版权保护困局的分析，为媒介融合时代视频产品的版权开放与保护，提出建设性的策略和建议。

关键词：视频产品；版权保护；版权开发；媒介融合

中图分类号：G203 文献标识码：A

文章编号：1671-0134（2017）04-114-03 DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.04.036

■文／陈 琦

信息技术突飞猛进的发展，催生了各种新兴的媒体形态，使得媒介融合的态势日益彰显，这无形中推动了传统媒体向信息传输终端的嬗变。手机、网站、网络电视、视频盒子、IPTV（交互式网络电视）等都跻身于新兴的视频传播大军。视频的传播于是从传统媒体时代一对多的线性传播模式，进化成为各种不同媒介面向不同对象的网状传播模式。

1. 媒介融合时代视频产业的发展现状

数字技术的发展对于传媒的发展产生了巨大的影响，任何内容都可以以字节的方式相互转化，这就使媒介摆脱传统的线性传输方式成为了可能。这不仅是技术的融合，更意味着内容的融合、意味着媒介边界的逐渐消失。视频产品的数字化，使视频内容的生产、复制和传输变得更加便利。视频产业这一新兴的知识密集型产业，其版权开发和保护成为了产业发展过程中的关键环节。

1.1 传统媒体的视频生产

传统媒体的视频生产主要集中在以电视台为代表的视听媒介产品制作单位。视频形态以电视剧、各类自制节目、电视新闻等为主要内容。其中绝大部分自制节目和地方新闻作为本台播出之用，部分电视剧则以媒体和发行两种方式进行传播和经营。

1.2 商业视频网站的网络平台

商业视频网站，一般是指“通过整合多方资源，运用现代商业运作模式，在社会法律和行业法规的约束下为用户提供视频”。在该领域较为发达的国家，视频产业的核心主体就是高质量的商业视频网站。随着媒介融合的进一步深入，我国的一些商业视频网站也逐渐向“高清晰度”和“去碎片化”的模式转型。2010 年 4 月，爱奇艺上线，成为了我国第一个高清正版视频网站，其“独立运营、优质用户体验和丰富的正版内容、创建高品质的视频播放平台”这三个核心优势被学者认为是美国 HULU 网站长视频模式的成功复制。此外，还有央视的 CNTV、芒果网、人民日报的手机视频业务等，以及大量的民营资本支撑的独立视频制作平台，都在视频产业领域起到了中流砥柱的作用。

1.3 网络社区的分享平台

网络社区是“一个供人们围绕某种兴趣或需求而集中进行交流的地方，它通过网络以在线的方式来创造社会和商业价值。”在这个信息交流的场域中，信息的发布者也可以是信息的接收者，用户可以根据需要一对一或者一对多进行随意交流，从而形成信息共享的平台。视频信息也是网络社区信息分享的重要组成部分。视频的内容包罗万象，单从视频来源角度来讲，可以分为用户个人发布和网站官方发布。来源于个人用户的视频，不能算严格意义上的“视频产品”，又由于其生产者的独立与分散，在生产、传播及发行方面几乎不存在组织行为，而且不以盈利为目的，因此与“视频产业”也存在较大的距离。但是，不容忽视的是，一些能引起较强共鸣的视频，又引发了网络社区共同的话语方式，甚至对社区成员的思维方式、利益诉求和价值观都会产生影响，从而间接地为网站的商业运作带来机遇和空间。

2. 媒介融合时代视频产业的版权困境

2.1 视频产业版权困境的现状

2.1.1 法制滞后、维权乏力

迄今为止，在视频版权保护方面，我国施行的最完善的、明确保护录音录像制作者的网络传播权的法规是 2006 年 7

基金项目：本文为国家级重大社科基金项目《加快推进传统媒体与新兴媒体融合发展》（项目编号 14ZDA409）阶段性成果。

月起实施的《信息网络传播保护条例》。目前，我国视频产业的维权依然主要依靠行业内动，监管部门由于技术、人力等客观原因，在职能上仍显乏力，维权成果的巩固也困难重重。

2.1.2 竞争激烈导致版权价格虚高

对于商业视频网站来说，流量意味着利益。从各大网站的流量比例来看，网络热播剧的流量占总流量的70%以上。这就使得高质量热播剧的版权成为了商家必争之地，视频版权价格非理性上涨，“版权价格已超过广告收入，加剧了视频网站的市场竞争。”

2.1.3 侵权盗版依然普遍，版权诉讼居高不下

2015年我国视频产业版权保护依然激战正酣。因为流量是网站安身立命之本，在流量利益驱动下，很多视频网站对未授权作品的上传采取听任和放纵的态度，由此引发的版权诉讼案件层出不穷。传统媒体、海外视频以及视频网站之间都存在盗版侵权的现象。很多国内外大型视频网站都深陷版权困局。

2.1.4 版权运营模式滞后、视频产业价值亟待挖掘

在我国，目前视频网站的角色多半是视频产品的网络传播平台，主要有媒体和发行两种盈利模式。媒体模式主要是免费收看、广告盈利；发行模式主要靠内容收费，整体缺乏成熟的版权商业运营经验。

2.2 视频产业版权保护中面临的问题

随着信息网络和数字技术的发展，视频产品版权的形态、规模，以及版权保护的对象和范围都发生了与传统模拟技术条件下迥然不同的变化，使得视频产品的版权保护也面临着很多新的问题。

2.2.1 数字视频产品的临时复制

数字技术的发展使得几乎所有的视频产品内容，都可以在数字化的环境下生产，临时复制应运而生。“作品仅通过计算机随机存储器以及显示器表现出来，用户以电子方式浏览与收看，不通过传统的有形载体”，“计算机关机或运行新的指令时，该作品则自动消失，这一过程就是临时复制。”即便是传统媒体时代的非数字录像产品，同样可以使之数字化。借助发达的网络，视频产品的复制变得前所未有的便利，并颠覆了传统版权法关于复制的界定。

2.2.2 视频版权的授权方式

“授权是指权利的授予、让渡。版权授权方式，就是当事人为实现版权授权的结果，在法律框架内采用的各种各样的方式。”授权是消费者使用他人作品的惯常方式，也是版权所有者实现价值最大化的主要途径。传统的著作权法在授权方式上较为贫乏，授权效率低下，无形中增加了交易成本。数字时代著作权的授权方式迫切需要改变，传统的一对一著作权授权洽谈模式已经不能满足数字作品版权保护的需要。在媒介融合背景下，“授权要约”模式应运而生。“‘授权要约’模式是作者根据自己的版权授权意愿，在其作品中发布‘权利人授权声明’，明确版权的授权范围，授权费用及支付方式等。不同的著作权人可以有不同的授权要约内容”。

2.2.3 视频产品版权的合理使用

“合理使用”指的是在特定情况下，著作权人以外的人使用著作权人的作品可以不经过著作权人许可、不向其支付报酬的制度。其目的在于确保公众能自由获取必要的文化作品，以推动人类文明的传承和发展。在媒介融合时代，“数字技术的飞速发展和网络的广泛使用，视频产品的复制和传播变得更加简单和便捷，对于视频作品的合理使用和侵权使用之间的界限变得模糊”，这使得版权法在利益平衡和协调方面的作用受到巨大的冲击，甚至从根本上动摇了传统的版权合理使用制度。

3. 媒介融合时代视频产业版权开发与保护策略

3.1 挖掘视频版权开发能力

视频产业仍然属于内容产业的范畴，以创造拥有合法版权的视频作品为主要工作。媒介融合时代，各种媒介以及传输终端对视频内容需求巨大，内容的瓶颈在很大程度上依然可以归因于版权产品创作的薄弱和版权资源开发的匮乏。以版权资源开发为先导，加强素材资源的挖掘、整理和再创作，从而带动整个视频产业内涵式发展，不失为一条快速发展之路。

3.2 提高视频版权经营水平

对于成熟的视频产业市场而言，版权应该处于价值链的基础地位。媒介融合时代，视频产品除在传统视听媒体传播外，再通过网络以及移动新媒体进行再次集成和分发，多渠道传播、多终端接收。以内容生产为核心，形成创意、生产、传播、交易、发行以及衍生产品开发等环节组成的视频产业版权价值链，创造版权的增值效应。

3.3 发展数字水印技术，保护视频版权

数字技术的发展，为用户共享数字视频资源提供了前所未有的便利，这也使得数字视频产品的版权保护成为了亟待解决的问题。新兴的数字水印技术应运而生，“所谓数字水印技术，就是将图像标志等标识图像版权所有者的信息嵌入到数字图像或视频中，起到版权保护的作用”。大力发展数字水印技术，在像素域或频率域嵌入数字水印信息，标明版权，无疑是在技术上解决视频产品版权保护的一条捷径。

3.4 构建完善的视频版权保护体系

从大环境来讲，我国非常注重对知识产权的保护。先后加入了保护版权的国际公约《伯尔尼公约》和《世界版权公约》，在加入世界贸易组织时，还签署了《与贸易有关的知识产权协定》。在具体的视频产品版权的保护中，需要建立起多级完善的版权保护体系，不仅从技术上，还要从法律法规上对侵权盗版的行为进行追责和惩处。从源头上防止视频产品非法传播，依靠政府职能部门和法律的力量，明晰对视频产品盗版侵权行为的认定，普及知识产权相关法律知识，

扶持行业反盗版联盟，强化行业自治。媒

参考文献

[1] 彭华新，欧阳宏生．三网融合背景下的视频产业生存 [J]. 国际新闻界，2011（8）.

[2] 周婷．视频网站：谁先走出泥潭 [N]. 中国证券报（广州），2010−5−28.

[3] HagelandArmstrong（1997），转引自朱东红．网络社区交互对消费者购买意愿的影响 [D]. 华中科技大学博士学位论文，2012（6）.

[4] 牛静．视频分享网站著作权侵权现象评析 [J]. 国际新闻界，2009（2）.

[5] 刘燕．网络视频产业的版权困局与对策分析 [J]. 中国出版，2011（5）.

[6] 彭祝斌，阳美燕．数字时代中国电视内容产业知识产权保护与经营 [J]. 新闻与传播研究．

[7] 张平，张韬略．数字环境下版权授权方式研究 [J]. 网络法律评论，2005.

[8] 参见国家“十一五”文化发展规划纲要．

[9] 王秀丽，于秀丽．授权要约：数字版权贸易的新模式 [J]. 出版发行研究，2008（9）.

[10] 参见《著作权法》第 22 条．

[11] 王利．网络时代我国版权合理使用制度的构建 [J]. 内蒙古社会科学，2005（6）.

[12] 朱莉红．媒介融合时代的广电版权保护与经营对策 [J]. 中国广播电视学刊，2015（4）.

[13] 周国志．面向 DTV 版权保护的数字水印算法研究 [D]. 天津大学硕士学位论文，2007.

（**作者单位：**西北政法大学新闻传播学院）

（上接第 44 页）

户长久以来 10 点读书的阅读习惯。滴滴出行如今全部推送完需要 6–7 个小时，最初是在用户下班的晚高峰 18 时推送，而如今经过不断调整，改在了 16 时推送，保证能够覆盖出行晚高峰与用户睡前阅读晚高峰两个时间段，如果再晚推送，可能有的用户就要在凌晨收到消息，就变成了一种骚扰。

其次，用户数多，众口难调，很难有符合所有用户需求的内容，这就需要分组运营，个性化推荐，否则今天推送偏男性用户的内容，伤害了女性用户，明天推送偏财经的内容，伤害了非财经类的用户，久而久之就会不断伤害用户，造成取消数越来越多，打开率越来越低。所以大部分千万级以上的账号开始做精细化运营，根据用户喜好进行分组，这样保证每个用户接受的都是所喜欢的内容，不再被无用信息所打扰。这与腾讯新闻早期的兴趣 push 和今日头条的个性 push 类似。

随着企业的不断壮大，业务部门不断增多，公众账号的申请也会越来越多，集团应该从上至下整体规划，打造合理的微信矩阵，才能让微信公众账号互补，发挥最大的作用。否则每个部门都独立申请账号，各自分兵作战，最后的结果就是账号混乱，用户迷茫。某银行的微信账号达 8000 多个，每个业务线、部门、城市甚至营业厅都独立拥有账号，试想用户在搜索银行名字后出现几千个账号，他的内心一定是崩溃的。

过多的账号会导致集团难于监管，各个账号运营水平参差不齐，就会遇到发布内容不当或者侵权事件发生，带来公关危机。

5. 小结

在互联网时代，新媒体就是一个巨大的宝藏，做好企业新媒体，可以帮助企业加强企业信息传播速度，打造正面品牌形象，跟用户建立一个有效的沟通和服务通道，全面提升企业竞争力和影响力。媒

（**作者单位：**滴滴出行）